

# SIMBA

Prosiding (Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi)

ISSN Online 2686-1771

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun



## Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Salon The-Jho Hair & Make Up Ngawi)

Berlyna Melarosa<sup>1)</sup>, Rizal Ula Ananta Fauzi<sup>2)</sup>, Prima Utama  
Wardoyo Saputro<sup>3)</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas PGRI Madiun

email: [bmelarosa@gmail.com](mailto:bmelarosa@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas PGRI Madiun  
email: [rizalmanajemen@gmail.com](mailto:rizalmanajemen@gmail.com)

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas PGRI Madiun  
email: [primautama28@gmail.com](mailto:primautama28@gmail.com)

### *Abstract*

*The Analysis of the Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction with Visiting Decisions as an Intervening Variable.*

*The background raised in this study was to determine the service quality of The-Jho Hair & Make Up Salon by testing the level of influence of Consumer Satisfaction and test the level of decision to visit which is used as a mediating variable (Intervening). This research method was descriptive quantitative approach with path analysis technique using SPSS program. The sample used was 110 respondents using the Non-Probability Sampling and Accidental techniques.*

*The results of this study conclude that there is a significant positive effect on the relationship of service quality variables to the decision to visit The-Jho Hair & Make Up Salon; there is a significant positive effect on the relationship of service quality variables to consumer satisfaction The-Jho Hair & Make Up Salon; there is a significant positive influence on the relationship of consumer satisfaction variables to the decision to visit The-Jho Hair & Make Up Salon; and the decision variable to visit can mediate the relationship of The variable of service quality on consumer satisfaction of The-Jho Hair & Make Up Salon.*

*Keywords: Service Quality, Satisfaction, Visiting Decisions, Intervening Variables*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan suatu negara yang mempunyai sekitar 255 juta penduduk, Indonesia menduduki urutan keempat dengan jumlah populasi negara terbesar di dunia. Sebagai salah satu negara yang sedang berkembang dan kini dikategorikan sebagai negara maju, Indonesia juga menjadi salah satu negara yang potensial dalam bidang jasa. Hampir semua kegiatan manusia dapat di inspirasikan untuk membentuk perusahaan di bidang jasa seperti contohnya kegiatan di bidang jasa salon, jasa *laundry*, jasa pijat, jasa dokter, jasa pengantaran atau pengiriman barang, dan masih banyak lagi perusahaan di Indonesia di bidang jasa.

Saat ini perkembangan di bidang jasa salon dan kecantikan sangat dibutuhkan di berbagai wilayah, di berbagai daerah dan kota-kota besar, salon sangat sering dijumpai. Tidak hanya untuk perawatan rambut, salon juga menawarkan berbagai macam perawatan mulai dari wajah sampai tubuh seperti contohnya, perawatan wajah mulai dari *facial*, *Scrub*, masker wajah, dan totok wajah sedangkan perawatan tubuh mulai dari *creambath*, lulur, SPA, dan masker tubuh.

The-Jho Hair & Make Up adalah sebuah salon khusus untuk para wanita yang menawarkan berbagai macam perawatan, yang telah berdiri sejak tahun 2004 di Paron dan mulai membuka cabang di Ngawi 2018, dan memiliki sekitar 3-6 pegawai di setiap cabangnya, yaitu di Jl Cendrawasih Ngawi, dan Jl Raya Paron Ngawi. Sebagai penyedia jasa Salon The-Jho Hair & Make Up tentu saja menghadapi banyak pesaing terutama salon-salon besar yang berada di kota, dengan persaingan bisnis yang begitu sangat ketat, perusahaan harus mampu bersaing dalam memenuhi kebutuhan pelanggan agar dapat mempertahankan perusahaan.

Setelah melakukan survei dan perbandingan, peneliti menetapkan bahwa salon terlengkap adalah Salon The-Jho & Make Up. Sedangkan pesaing lainnya hanya menyediakan jasa pelayanan cuci rambut, potong rambut, rebonding, dan hair coloring, tidak seperti Salon The-Jho Hair & Make Up yang menyediakan jasa pelayanan yang lengkap mulai dari perawatan rambut, badan, hingga wajah, maka dari itu kualitas pelayanan sangat penting untuk mempertahankan suatu perusahaan.

## **KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA**

### **Kajian Teori**

#### **Kualitas Pelayanan**

Menurut (Kolter, 2000:25) kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Menurut Lovelock and Waright (2007:96) kualitas pelayanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Menurut (Parasuraman et al. 1988) kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima aspek antara lain:

- 1) Keandalan (*reliability*) kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan dapat dijanjikan dan akurat
- 2) Jaminan (*assurance*) pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan kepercayaan diri.
- 3) Tampilan (*tangible*) penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personel.
- 4) Empati (*emphaty*) peduli, perhatian individual yang disediakan perusahaan kepada pelanggannya.
- 5) Tanggung jawab (*responsive*) kesediaan untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan dengan cepat.

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Brown (dalam Dwiastuti, dkk 2012) kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus- menerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut.

Menurut Kotler (2000) ada tiga aspek kepuasan konsumen yaitu : loyal terhadap produk, adanya bentuk komunikasi yang baik dari mulut ke mulut dan perusahaan menjadi pertimbangan utama.

### **Keputusan Berkunjung**

Menurut (Alma, 2011), keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli, dan menurut (Assauri, 2004) keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

### **Hipotesa**

#### **Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan berkunjung.**

(Istikhomah & Susanta, 2019) dan Utama (2021) kualitas pelayanan merupakan kunci penting di dalam kepuasan pengunjung. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan pihak pengelola atau perusahaan di dalam memenuhi harapan pelanggan atau pengunjung secara konsisten. Kualitas pelayanan dapat dikatakan memuaskan apabila layanan yang diberikan paling tidak sama dengan

atau melebihi dari harapan konsumen atau pengunjung tersebut. Perusahaan dibidang jasa sangat perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang mampu mereka berikan kepada pelanggannya. Karena yang dijual adalah sebuah jasa, dimana tidak berwujud namun dapat dirasakan manfaatnya. Sehingga kualitas pelayanan menjadi hal yang penting agar perusahaan mampu untuk bertahan dalam persaingan yang semakin ketat.

**H<sub>1</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung pada salon The-Jho Hair & Make Up**

**Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.**

Sirhan dan Wahyu (2016) seiring dengan pendapat Fauzi (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan. Hasil analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan menunjukkan hasil yang signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan.

**H<sub>2</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada salon The-Jho Hair & Make Up.**

**Keputusan berkunjung dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.**

Menurut (Sutisna, 2001:24) merek yang mampu memenuhi harapan tingkat kepentingan yang paling tinggi akan dipilih oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harapan konsumen yang terpenuhi, akan menimbulkan adanya kepuasan konsumen yang kemudian berpengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen. Semakin meningkatnya kepuasan berkunjung akan meningkatkan pula keputusan berkunjung kembali. Didukung oleh hasil penelitian (Rustadia, 2020) dengan hasil keputusan berkunjung berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

**H<sub>3</sub>: Keputusan berkunjung berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada salon The-Jho Hair & Make Up.**

**Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen melalui keputusan berkunjung.**

(Nasution et al., 2018) Kualitas pelayanan memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian merupakan faktor utama dalam membentuk kepuasan pelanggan. Maka dari itu kualitas pelayanan sangat penting untuk dijadikan tolak ukur suatu perusahaan agar mampu menciptakan kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasanya. Dengan pelayanan jasa yang memuaskan dapat tercapainya keputusan berkunjung. Hasil penelitian (Rustadia, 2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan secara tidak langsung berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian.

**H<sub>4</sub>: Kualitas pelayanan secara tidak langsung dapat berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan berkunjung.**

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) melalui mediasi *Sobel Test*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Keputusan Berkunjung. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen salon The-Jho Hair & Make Up yang telah memiliki Member, sampel dalam penelitian ini adalah 110 responden. Dalam penelitian ini menggunakan pengambilan sampel slovin dalam (Riduwan, 2005:65), metode yang digunakan dalam pengambilan sampelnya adalah Purposive Sampling. Purposive Sampling adalah teknik menentukan sampling dengan adanya suatu pertimbangan tertentu. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan memberikan link Google Form kepada responden yang telah berkunjung dan memiliki member.

### **Instrumen Penelitian**

#### **Uji Validitas**

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. (Ghozali, 2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya kuesioner. Untuk mengetahui data yang valid dalam penelitian di uji dengan bantuan SPSS dengan signifikan 5%, untuk menentukan instrument tersebut valid atau tidak dilihat dari ketentuan berikut ini.

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka variabel tersebut valid
- Jika  $r_{hitung}$  tidak positif serta  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka variabel tersebut tidak valid.

#### **Uji Reliabilitas**

Menurut (Sumadin Suryabarata, 2004:28) reliabilitas menunjukkan sejauhmana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan. Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empiric ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai  $r_{xx}$  mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika  $> 0.700$ .

- Jika  $\alpha > 0.90$  maka reliabilitas dianggap sempurna.
- Jika  $\alpha$  antara 0.70 - 0.90 maka reliabilitas tinggi.
- Jika  $\alpha$  0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat.
- Jika  $\alpha < 0.50$  maka reliabilitas rendah.

Jika  $\alpha$  rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

#### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Multikolonieritas**

Menurut (Ghozali, 2012:105) Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi anatar variabel bebas ( Independen),

model regresi yang baik seharusnya tidak akan terjadi korelasi antar variabel independen. Agar tidak terjadi penyimpangan maka dapat dilihat:

- Jika nilai Tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$ , maka dapat dikatakan terjadinya multikorelasi.
- Jika nilai Tolerance  $> 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terjadinya multikorelasi.

### **Auto Korelasi**

Menurut (Ghozali, 2012:110) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode-t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Berikut ini dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah :

- Jika nilai durbin Waston lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL), maka dapat dikatakan terdapat autokorelasi
- Jika nilai durbin Waston terletak antara dU dan (4-dU), maka dapat dikatakan tidak terdapat autokorelasi.

### **Uji Normalitas**

Menurut (Umar, 2011:181) menjelaskan bahwa uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen, atau kedua variabel tersebut berdistribusi secara normal atau mendekati normal. Sedangkan menurut (Sugiyono dan Susanto, 2015:323) pelaksanaan uji normalitas dapat menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov*, dengan kriteria yang berlaku yaitu jika hasil signifikansi  $> 0,50$  yang berarti residual dinyatakan berdistribusi dengan normal.

### **Uji Heteroskedastisitas**

Menurut (Ghozali, 2013:139), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam suu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut dengan heteroskedastisitas. Salah satu cara yang dapat untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terkait yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak menyebabkan terjadinya heteroskedastisitas. Untuk dinyatakan model penelitian yang baik tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

### **Uji Hipotesis**

#### **Uji t**

(Ghozali, 2018) menyatakan bahwa uji statistik t digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara persial berpengaruh signifikan terhadap variabel

dependen. Pengujian ini menggunakan signifikansi level 0,05 dengan melakukan perbandingan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ .

- Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya: variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya: variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

(Gozhali, 2018) koefisien determinasi ini merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model pada variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi berlainan antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil (mendekati 0) diartikan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan dependen sangat terbatas dan sebaliknya jika nilai-nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

### Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut (Ghozali, 2018) analisis jalur (*path analysis*) merupakan penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kualitas antar variabel (*mode casual*) yang telah ditetapkan berdasarkan teori. Dengan tujuan untuk mengetahui perubahan langsung dan tidak langsung antar variabel bebas (*exogenous*) terhadap variabel terikat (*endogenous*) dan perantara (*endogenous perantara*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dipakai dalam pengumpulan data valid atau tidak. Kriteria pengujian validitas adalah dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (pada taraf signifikansi 0,05), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut valid. Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (pada taraf signifikansi 0,05), maka dapat dinyatakan item kuisisioner tersebut tidak valid.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)**

No.	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	1	0,814	0,1966	Valid
2.	2	0,839	0,1966	Valid
3.	3	0,891	0,1966	Valid
4.	4	0,891	0,1966	Valid

5.	5	0,891	0,1966	Valid
6.	6	0,890	0,1966	Valid
7.	7	0,904	0,1966	Valid
8.	8	0,853	0,1966	Valid
9.	9	0,864	0,1966	Valid
10.	10	0,844	0,1966	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

No.	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	1	0,824	0,1966	Valid
2.	2	0,856	0,1966	Valid
3.	3	0,874	0,1966	Valid
4.	4	0,904	0,1966	Valid
5.	5	0,861	0,1966	Valid
6.	6	0,887	0,1966	Valid
7.	7	0,874	0,1966	Valid
8.	8	0,882	0,1966	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data.

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung (Z)**

No.	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	1	0,860	0,1966	Valid
2.	2	0,914	0,1966	Valid
3.	3	0,886	0,1966	Valid
4.	4	0,883	0,1966	Valid
5.	5	0,884	0,1966	Valid
6.	6	0,846	0,1966	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data.

Berdasarkan tabel 1, tabel 2, dan tabel 3 menunjukkan bahwa hasil Uji Validitas dari seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Keputusan Berkunjung yang digunakan dalam penelitian ini rhitung > rtabel. Maka dapat dikatakan bahwa Uji Validitas dalam setiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas pada variabel Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Konsumen (Y), dan variabel *intervening* Keputusan Berkunjung (Z) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X, Y dan Z**

No.	Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Kriteria	Keterangan
1.	X	0,964	>0,90	Reliabel Sempurna
2.	Y	0,954	>0,90	Reliabel Sempurna
3.	Z	0,940	>0,90	Reliabel Sempurna

Sumber: Hasil pengolahan data.

Berdasarkan tabel 4 diatas maka dapat diketahui bahwa:

- Pengujian reliabilitas terhadap variabel Kepuasan Konsumen (X) menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* > *Alpha* tabel yakni sebesar  $0,964 > 0,9$ , dimana artinya bahwa item-item pertanyaan variabel tersebut adalah reliabel dan layak untuk digunakan dalam penelitian.
- Pengujian reliabilitas terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* > *Alpha* tabel yakni sebesar  $0,954 > 0,9$ , dimana artinya bahwa item-item pertanyaan variabel tersebut adalah reliabel dan layak untuk digunakan dalam penelitian.
- Pengujian reliabilitas terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Z) menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* > *Alpha* tabel yakni sebesar  $0,940 > 0,9$ , dimana artinya bahwa item-item pertanyaan variabel tersebut adalah reliabel dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov*, dengan kriteria yang berlaku yaitu jika hasil signifikansi > 0,50 yang berarti residual dinyatakan berdistribusi dengan normal. Dilihat dari tabel 5, angka uji *Kolmogorov-smirnov*, hasil signifikansinya adalah sebesar  $0,113 > 0,50$  yang berarti residual berdistribusi dengan normal.

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.46093947
Most Extreme Differences	Absolute	.153
	Positive	.102
	Negative	-.153
Test Statistic		.153
Asymp. Sig. (2-tailed)		.113

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas, menurut Ghazali (2012). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sangat kuat di antara variabel bebas. Untuk mengetahui uji multikolinieritas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Menurut Gujarati (2012) cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) dari output SPSS. Apabila nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 5 maka pada masing-masing variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas. Dalam penelitian ini akan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk mendeteksi masalah multikolinieritas dalam model.

**Uji multikolinieritas pada Persamaan 1****Tabel 6. Hasil Regresi Persamaan 1 VIF (*Variance Inflation Factor*)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.601	1.316		2.736	.007		
	Kualitas Pelayanan	.478	.032	.819	14.810	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Lampiran (Diolah).

Dilihat dari table 6, dapat diketahui bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 1,000, berarti nilai VIF ketiga variabel independen kurang dari 5, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi persamaan pertama tidak terdapat masalah multikolinieritas.

## Uji multikolinieritas pada Persamaan 2

**Tabel 7. Hasil Regresi Persamaan 2 VIF (*Variance Inflation Factor*)**

		B	Std. Error	Beta			Toleran ce	VIF
1	(Constant)	2.012	1.321		1.523	.131		
	Kualitas Pelayanan	.531	.055	.672	9.722	.000	.330	3.031
	Keputusan Berkunjung	.374	.093	.276	4.000	.000	.330	3.031

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Lampiran (Diolah).

Dilihat dari table 7, dapat diketahui bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk variabel Kualitas Pelayanan dan Keputusan Berkunjung masing-masing sebesar 3,031 dan 3,031, berarti nilai VIF ketiga variabel independen kurang dari 5, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada persamaan kedua tidak terdapat masalah multikolinieritas.

### Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2012:110) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode-t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Berikut ini dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi, yaitu:

- Jika nilai durbin Waston lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL), maka dapat dikatakan terdapat autokorelasi
- Jika nilai durbin Waston terletak antara dU dan (4-dU), maka dapat dikatakan tidak terdapat autokorelasi.

Mencari nilai dU dan dL:

$$dU = 1.7074$$

$$dL = 1.6708$$

$$(4-dL) = 2,3292$$

$$(4-dU) = 2,2926$$

### Uji Autokorelasi pada Persamaan 1

**Tabel 4.1 Hasil Uji Autokolerasi Uji Durbin-Watson Persamaan 1**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.819 <sup>a</sup>	.670	.667	2.472	1.997

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Lampiran (Diolah)

Nilai Durbin-Watson pada persamaan 1 pada tabel diatas adalah sebesar 1,997, dimana nilainya terletak diantara dU dan (4-dU), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi dalam model regresi persamaan ke-1.

### Autokorelasi pada Persamaan 2

**Tabel 8. Hasil Uji Autokolerasi Uji Durbin-Watson Persamaan 2**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.912 <sup>a</sup>	.831	.828	2.399	1.862

a. Predictors: (Constant), Keputusan Berkunjung, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

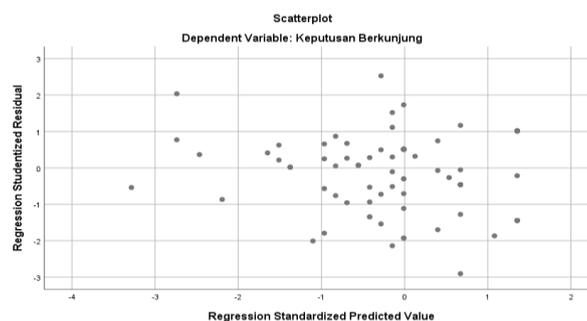
Sumber: Lampiran.(Diolah)

Nilai Durbin-Watson pada persamaan 1 pada tabel diatas adalah sebesar 1,862, dimana nilainya terletak diantara dU dan (4-dU), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi dalam model regresi persamaan ke-2.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas, salah satunya dengan melihat grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya pada uji *Spearman's Rho* (Ghozali, 2012). Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara variabel terikat dengan residunya. Apabila titik-titik atau *plot* menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang teratur serta tersebar disegala arah, maka menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Sedangkan, apabila titik-titik atau *plot* tidak menyebar secara acak dan membentuk pola yang teratur, maka menunjukkan bahwa terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

**Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1**

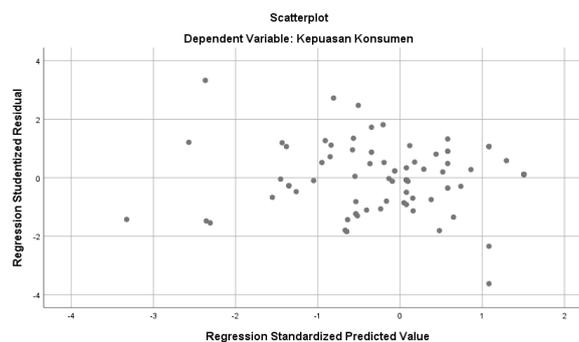


Pada gambar 1 adalah hasil regresi dari persamaan pertama yang menunjukkan bahwa titik-titik atau *plot* menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang teratur serta tersebar disegala arah, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi persamaan ke-1.

### Uji Heteroskedastisitas pada Persamaan 2

Pada gambar IV. adalah hasil regresi dari persamaan kedua yang menunjukkan bahwa titik-titik atau *plot* menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang teratur serta tersebar disegala arah, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi persamaan ke-2.

**Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2**



### Uji Hipotesis (Uji t)

#### Uji t Persamaan 1

Uji t digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara parsial (individu) terhadap variabel terikat, menurut (Ghozali, 2018), uji signifikan parsial adalah untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel tidak bebas, dengan kriteria pengujian:

$H_0$  diterima jika  $p\text{-value} < \alpha (0,05)$

$H_0$  ditolak jika  $p\text{-value} > \alpha (0,05)$

**Tabel 9. Hasil Uji t Persamaan 1**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.601	1.316		2.736	.007
	Kualitas Pelayanan	.478	.032	.819	14.810	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Lampiran. (Diolah)

Berdasarkan tabel 9 nilai p-value hasil uji-t dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000. Nilai p-value lebih kecil tingkat signifikannya 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) atau ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak, yang berarti terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung.

### Uji t Persamaan 2

**Tabel 10. Hasil Uji t Persamaan 2**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.012	1.321		1.523	.131
	Kualitas Pelayanan	.531	.055	.672	9.722	.000
	Keputusan Berkunjung	.374	.093	.276	4.000	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

*Sumber: Lampiran. (Diolah)*

Berdasarkan tabel 10 nilai p-value hasil uji-t dari variabel kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung masing-masing sebesar 0,000 dan 0,000. Nilai p-value lebih kecil tingkat signifikannya 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) atau ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak, yang berarti terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung terhadap kepuasan konsumen.

### Uji Koefisien Determinasi

#### Uji Koefisien Determinasi Persamaan 1

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat dapat ditunjukkan dalam SPSS, *Adjusted R Square* terletak pada *Model Summary* dan tertulis *R Square*. Jika nilai  $R^2$  kecil maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Hasil regresi nilai koefisien determinasi disajikan dalam tabel IV.10 berikut ini.

Berdasarkan tabel IV.10, dapat disimpulkan bahwa nilai  $R^2$  adalah 0,670, yang artinya bahwa variasi dari variabel independen kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap keputusan berkunjung pada sebesar 67%, sedangkan sisanya sebesar 33% dipengaruhi atau dapat dijelaskan oleh variabel bebas lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Sementara itu besarnya koefisien jalur bagi variabel lain diluar penelitian adalah sebesar  $e1 = \sqrt{1-R^2} = 1 - 0,670 = 0,574$ .

**Tabel 11. Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) persamaan 1**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819 <sup>a</sup>	.670	.667	2.472

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Lampiran 2. (Diolah)

**Tabel 11. Nilai Koefisien Jalur pada Model 1**

Pengaruh antar Variabel	Koefisien jalur (B)	Nilai Sig.	Hasil Pengujian	Koefisien Determinasi	Koefisien variabel lain
X terhadap Z	0,819	0.000	Kontribusi signifikan	0,670	0,574

Sumber: Lampiran 3 (Diolah).

**Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2**

**Tabel 12. Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) persamaan 2**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.912 <sup>a</sup>	.831	.828	2.399

a. Predictors: (Constant), Keputusan Berkunjung, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Lampiran. (Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai R<sup>2</sup> adalah 0,831, yang artinya bahwa variasi dari variabel independen kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap keputusan berkunjung pada sebesar 83,1%, sedangkan sisanya sebesar 16,9% dipengaruhi atau dapat dijelaskan oleh variabel bebas lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Sementara itu besarnya koefisien jalur bagi variabel lain diluar penelitian adalah sebesar  $e^2 = \sqrt{1-R^2} = 1-0,831 = 0,411$ .

**Tabel 13. Nilai Koefisien Jalur pada Model 2**

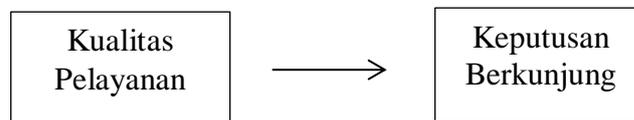
Pengaruh antar Variabel	Koefisien jalur (B)	Nilai Sig.	Hasil Pengujian	Koefisien Determinasi	Koefisien variabel lain
X terhadap Y	0,672	0.000	Kontribusi signifikan	0,831	0,411
Z terhadap Y	0,276	0.000	Kontribusi signifikan		

Sumber: Lampiran (Diolah).

**Uji Path Analysis**

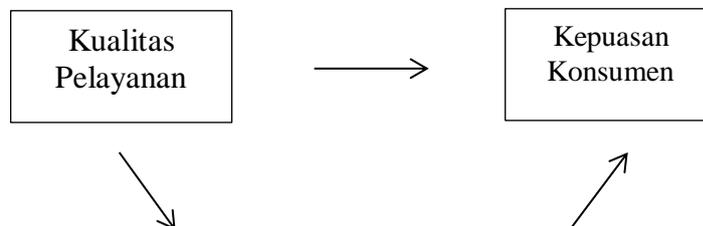
Struktural 1

*Kerangka Struktural Persamaan 1*



Struktural 2

*Kerangka Struktural Persamaan 2*



Keterangan :

X : Kualitas Pelayanan

Y : Kepuasan Konsumen

Z : Keputusan Berkunjung

P : Konstanta

e :Residual Error

Berdasarkan model analisis dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel yang diteliti, adapun bentuk rumusan analisisnya yaitu:

a. Pengaruh langsung

$$P_1ZX + e_1$$

$$0,478ZX + e_1$$

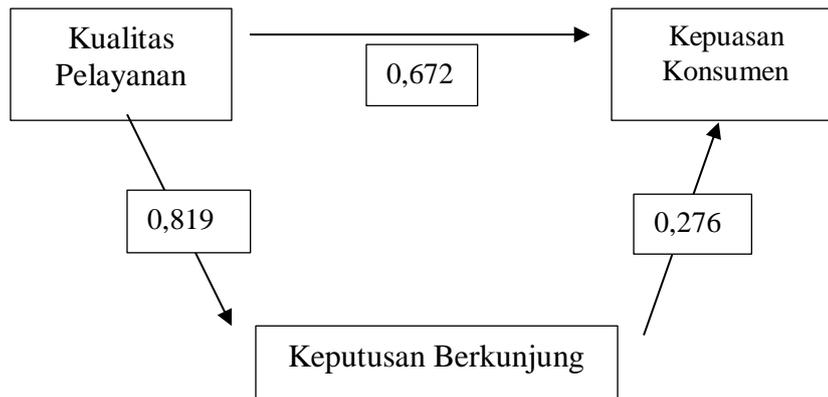
b. Pengaruh tidak langsung

$$P_1ZX + P_2YZ + e_2$$

$$0,531ZX + 0,374YZ + e_2$$

- c. Pengaruh total = pengaruh langsung + pengaruh tidak langsung
- $$P_1ZX + (P_1ZX \cdot P_2YZ)$$
- $$0,478ZX + 0,531ZX + 0,374YZ + e_1$$

**Hasil Analisis Jalur ( Path Analysis) antara X, Y, dan Z.**



**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Salon *The-Jho Hair & Make Up*.
2. Terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung Salon *The-Jho Hair & Make Up*.
3. Terdapat pengaruh positif signifikan antara keputusan berkunjung terhadap kepuasan pelanggan Salon *The-Jho Hair & Make Up*.
4. Terdapat pengaruh secara tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada Salon *The-Jho Hair & Make Up*.

**Saran**

Dari pengamatan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran terhadap pelanggan Salon *The-Jho Hair & Make Up* sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan agar bisa menjadi referensi bagi pihak Salon *The-Jho Hair & Make Up* untuk meningkatkan kualitasnya agar konsumen lebih puas melakukan penggunaan jasa pada Salon *The-Jho Hair & Make Up*.
2. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan topik

serupa, dengan adanya penelitian ini, kami berharap peneliti selanjutnya bisa mempelajari dan meneliti lebih lanjut mengenai Salon *The-Jho Hair & Make Up*.

3. Untuk mahasiswa yang sedang melakukan riset, dengan adanya penelitian lini bisa lmenjadi referensi yang valid.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andhini, N. F. (2017). Pengertian kualitas pelayanan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(3), 1–19.
- Dita, A. (2020). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SALON KECANTIKAN “ANINISA” BANJRABARU* Dita Apriani 1 ,Lamsah 2 ,Ervica Zamilah 3. 1–10.
- Fandi, T. (2015). Straregi Meningkatkan Kualitas layanan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 53(9), 182–189.
- Fauzi, R.U.A. (2021). The Influence of Business Plan Competition and Loan Provision on Nurturing the Spirit of Entrepreneurship Among Students, *Advances in Economics, Business and Management Research*.  
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210121.028>
- Febriani, V. A. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pasien Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Dr . Cipto Mangunkusumo). *Studi Pada Pasien Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Dr. Cipto Mangunkusumo*, 1, 1–14.
- Fikri Sirhan, Wiyani Wahyu, S. A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).
- Florensia, P. K. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Salon Dan Spa. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Salon Dan Spa*, 4(2), 105–110. <https://doi.org/10.22146/jmpf.274>
- Istikhomah, D., & Susanta, H. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia, Tlatar, Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 1. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/24831/22181>

- Khatab, J. J., Esmaeel, E. S., & Othman, B. (2019). The influence of service quality on customer satisfaction: Evidence from public sector and private sector banks in kurdistan/iraq. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 28(20), 865–872.
- Matthews, M., & Mokoena, B. A. (2020). The influence of service quality dimensions on customer satisfaction within visa facilitation centres in South Africa. *International Journal of EBusiness and EGovernment Studies*, 12(2), 112–125. <https://doi.org/10.34111/ijepeg.202012203>
- Nasution, H., Maksum, C., & Derriaawan. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Customer Serta Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan ( Studi Kasus : Maskapai PT . Lion Air Jakarta ). *Universitas Pancasila*, 3(2), 175–191.
- Nirwana. (2015). *Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Harga terhadap fasilitas*. 1, 13–43.
- Nugroho, W. (2009). *Analisis Persepsi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Bus Malam Cepat Sedia Mulya*. 29.
- Nurchaya, I. N. (2011). *PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN D & I SKIN CENTRE DENPASAR Kadek Indri Novita Sari Putri 1 Fakultas Ekonomi Universitas Udayana , ( Unud ) Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi Universitas Udayana , ( Unud ) Bali , Indones*. 918–937.
- Oh, H. (1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 18(1), 67–82. [https://doi.org/10.1016/s0278-4319\(98\)00047-4](https://doi.org/10.1016/s0278-4319(98)00047-4)
- Pawestriningtyas Catur Nining, S. & I. S. (2016). ( Survei Pada Nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 32(2), 39–46.  
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1262>
- Penga, A. (n.d.). *Analisis Penga*. 49–66.
- Rustadia. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WISMA AN NUR KOTA BARU INHIL PROVINSI RIAU*. 2507(February), 1–9.
- Saputra, E., & Ambiyar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengemasan

- Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya pada Kepuasan Wisatawan di Museum Negeri Sonobudoyo Yogyakarta. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6, 183.  
<https://doi.org/10.24843/jumpa.2019.v06.i01.p10>
- Sriwidodo, U., & Indriastuti, R. (2010). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol. 10(2), 164–173.
- Stefani, F. (2009). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada pelanggan Carrefour Plaza Ambarukmo Yogyakarta)*. 53(9), 1689–1699.
- Sunyoto, P. K. dan. (2013). Kajian Teori, Kepuasan Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukery, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. *Jurnal Manajemen Unpad*, 4(4), 1–20.  
<http://jurnal.unpad.ac.id/index.php/MS/article/view/989>
- Utama, Prima. (2021). Peran Moderasi Passion antara Efikasi Diri dan Inovasi terhadap Minat Wirausaha. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, Vol 15 (2).
- Vania, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22916>
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). A “missing” family of classical orthogonal polynomials. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8).  
<https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Yuliarto, R. T. (2021). Analysis of the Influence of Service Quality on Customer Satisfaction. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(1), 62.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i01.p04>
- Zalina, D. (2018). *Pengaruh Faktor Psikologi Konsumen Etnis Tionghoa Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan (Studi Pt Bank Central Asia Tbk Bandar Lampung)*. <http://repo.darmajaya.ac.id/451/>

